

ANALISI SENSORIALE MADE IN ITALY

# Un'innovazione lunga vent'anni

*Centro Studi Assaggiatori: chi siamo, da dove veniamo, dove andiamo...*



Nel 1990, anno in cui è stato fondato il Centro Studi Assaggiatori, gli assaggiatori esistevano ed erano già un movimento forte. Quelli del vino, riuniti sotto la denominazione di Organizzazione Nazionale Assaggiatori di Vino, erano nati nel 1951 per iniziativa della Camera di Commercio di Asti. Sulla loro traccia – anche con denominazione di “degustatori” – nacquero associazioni dedicate a grappa, acqueviti, formaggio, olio, miele, caffè, birra, tartufo, aceto balsamico, tè, acque minerali e altre ancora.

Tra i movimenti che avevano un approccio alla valutazione sensoriale – o comunque un approccio all'educazione tramite il percepito – troviamo le rampanti organizzazioni dei sommelier e il vasto movimento Slow Food; in un'area ancora più dedita alle community del buon bere e della buona tavola, un nugolo di confraternite.

Questo vasto mondo aveva priorità differenti, ma in tutte c'era un comune interesse verso l'uso degli organi di senso per migliorare la qualità della vita ed elevare il piacere ottenibile da cibi e bevande, anche mediante una sensibilizzazione dei produttori a elevare il livello di qualità dei prodotti esposti sul mercato. Questo con corsi aperti a tutti, ma anche concorsi, seminari, convivi e una bibliografia degna di nota.

Il Centro Studi Assaggiatori nasce in questo mondo come società cooperativa i cui gli utili non sono divisibili tra i soci e subito

si mette a disposizione di queste organizzazioni e delle aziende come fornitore di servizi. Il primo incarico viene svolto per conto dell'Istituto del Commercio Estero con due seminari di assaggio della grappa a Berlino e a Stoccarda. Ma i primi incarichi continuativi riguardano la gestione dei corsi sull'assaggio della grappa, l'edizione de *L'Assaggiatore*, storico periodico dell'Onav, e la gestione del banco di assaggio di Distilla, un evento fieristico realizzato dalla Fiera di Verona nel contesto di Vinitaly, poi evoluto in Grappa & C. Tasting.

I nove soci del Centro Studi Assaggiatori – allievi di accademici di spicco come Luciano Usseglio Tomasset, Mario Castino, Mario Ubigli, Giuseppe Versini, Giulio Margheri, Giuseppe Cappelleri – sono tutt'altro che digiuni di analisi sensoriale, ma il primo spunto verso l'innovazione è fornito proprio dal banco di assaggio, nel quale si sperimentano nuove forme per l'interrogazione del consumatore. Successivamente il metodo sarà perfezionato ed evolverà nello Stratus Tasting®, che oggi vanta uno storico di oltre 150 mila test eseguiti su una decina di merceologie differenti. Proprio da questo storico è possibile trarre continue indicazioni sulle modificazioni delle tendenze di gusto per orientare il mondo della produzione e dare agli assaggiatori una formazione più mirata.

## ANALISI SENSORIALE MADE IN ITALY



Nel 1992 il Centro Studi Assaggiatori riunisce un comitato di studio per mettere a punto un metodo di valutazione del caffè. L'anno successivo questo darà vita all'Istituto Internazionale Assaggiatori Caffè, la prima organizzazione al mondo di questo tipo e la prima che può vantare un metodo basato sull'analisi sensoriale, quindi con la possibilità di oggettivazione dei risultati. Prendendo in mano i lavori dell'epoca ci si accorge però che i profili sono ancora approssimati e che non c'è distinzione tra descrittori oggettivi ed edonici. L'errore, peraltro abbastanza comune ancora oggi, venne rimediato in occasione della costruzione di un metodo di valutazione della birra, lavoro eseguito con l'Accademia della Birra e i tecnici di Assobirra: qui vede la luce la prima scheda che reca una divisione netta tra le due categorie di descrittori. Nel 1995 nasce *L'Assaggio* sotto forma di collana di monografie di approfondimento a uso di quanti si occupano di valutazione di cibi e bevande, iniziando una proficua collaborazione con il professor Franco Percivale e i suoi collaboratori dell'Università di Torino.

L'innovazione dei metodi porta presto a un frutto che avrà una notevole eco in futuro: la certificazione sensoriale di prodotto. Il primo lavoro è quello relativo a un vino, il Valcalepio. Negli anni successivi seguiranno l'Espresso Italiano, il tartufo bianco d'Alba, l'aceto balsamico di Modena, un prosciutto cotto.

È una nuova forma di attenzione al consumatore capace di essere molto remunerativa anche nei confronti dei produttori, è la massima concretizzazione del certificazione del "buono", la garanzia data ai clienti che quanto comprano non ha solo valore per l'origine, per l'etichetta, ma è anche in grado di soddisfare le loro attese.

La nascita dell'Istituto Nazionale Espresso

Italiano – oggi forte di 42 associati che insieme esplicitano un fatturato di quasi 700 milioni di euro – e l'immediata adozione dello schema è la dimostrazione palese che il "certificato buono" paga.

Verso la fine degli anni Novanta l'Università Cattolica del Sacro Cuore, nella persona del professor Mario Fregoni, lancia il primo master in scienze dell'analisi sensoriale e affida la direzione tecnica al Centro Studi Assaggiatori. Saranno realizzate ben cinque edizioni del master, formando un centinaio di allievi che immediatamente trovano collocazione nelle aziende: è un segno evidente che il nostro mercato è maturo per impiegare esperti di analisi sensoriale. Più o meno nello stesso periodo il professor Roberto Zironi, che ha collaborato attivamente sotto il profilo scientifico per la messa a punto dei metodi riguardanti birra e caffè, chiama un sensorialista del Centro Studi Assaggiatori a tenere il corso di analisi sensoriale all'Università di Udine.

L'entrata della disciplina in università attiva un processo osmotico tra ricerca e applicazione che porta a un costante miglioramento dei metodi. Si perfezionano i test sui consumatori, vengono messi a punto nuovi format per l'addestramento dei giudici e superati i tabù sui test descrittivi riguardo ai paventati limiti sul numero dei descrittori e sulla natura dei medesimi. All'analisi sensoriale si pongono domande sempre più complesse che richiedono nuove competenze da attingere dall'analisi transazionale, dalla programmazione neurolinguistica e dalla semiotica.

Per validare i risultati dei test non è più sufficiente la metodologia statistica tradizionale, occorrono metodi più sofisticati. In questo senso gioca un ruolo determinante la collaborazione con il Dipartimento metodi quantitativi dell'Università di Brescia e, in particolare, la competenza e la dedizione del professor Eugenio Brentari, che procede a una completa revisione di quanto pubblicato in materia trovando, tra l'altro, non pochi errori. Sull'argomen-



## ANALISI SENSORIALE MADE IN ITALY

**Il futuro**

L'innovazione in analisi sensoriale non ha certo raggiunto il suo apice. Chi opera in questa disciplina si rende facilmente conto che ci sono ancora grandi progressi da compiere. Il primo riguarda gli elementi che compongono gli strumenti di analisi, vale a dire i giudici. In un mondo che sta diventando sempre più visivo e di limitate esperienze olfattive, tattili e gustative occorre trovare nuovi metodi formativi per rendere più fertile la struttura profonda e ampliare la struttura superficiale. In poche parole avere una maggiore sensibilità e proprietà di linguaggio per esprimere le percezioni, possedere ampie e ordinate biblioteche di profumi, schemi espressivi che consentano una fedele restituzione del percepito.

Vanno inoltre ampliati i mezzi e i metodi disponibili per registrare gli effetti

sul comportamento degli stimoli subliminali, l'evocazione e l'intensità delle emozioni per rispondere adeguatamente alle domande del marketing e per poter trasferire le informazioni alla produzione: il successo di un bene sarà sempre più legato all'emozione che induce.

In questo si inserisce anche uno studio più attento della sinestesia, decisamente importante per aumentare il livello di qualità percepita non solo sulle espressioni industriali, ma anche nell'ambito della cucina.

Parallelamente occorre lavorare sull'acquisizione dei dati sensoriali: se il passaggio dalla carta al personal computer ha dimostrato una serie di problematiche e di fenomeni discorsivi, altri mezzi si stanno affacciando sulla scena e per l'analisi sensoriale possono essere di grande interesse.

to vengono varate decine di tesi, prodotti lavori scientifici, progettati metodi per la validazione di test e, soprattutto, per la valutazione dei giudici che hanno consentito una vera rivoluzione nella formazione dei medesimi, una maggiore sicurezza sui risultati dei test e una riduzione dei costi dei medesimi.

Parallelamente il Centro Studi Assaggiatori iniziava una stretta collaborazione con Infm-Cnr e con il professor Giorgio Sberveglieri, uno dei massimi esperti a livello mondiale di sensori olfattivi (nasi elettronici), per lo sviluppo di questo strumento e per la correlazione dei dati tra misure strumentali e sensoriali.

Ma l'analisi sensoriale era sempre più richiesta al servizio del marketing e della comunicazione. Da qui non solo l'ingresso nella cooperativa di economisti e umanisti, ma un più stretto legame in generale con gli accademici che si occupano di mercato e, in particolare con i professori Pietro Berni e Diego Begalli dell'Università di Verona, i massimi esperti di economia e marketing dei prodotti tipici tradizionali. Il numero degli istituti di ricerca e delle



## ANALISI SENSORIALE MADE IN ITALY



università con le quali il Centro Studi Assaggiatori stipulava convenzioni e iniziava collaborazioni cresceva e si estendeva anche all'estero. Tra queste entravano nel novero l'Università di San Paolo in Brasile, l'Università di San Martin de Porres in Perù, l'Università dell'Uruguay, la Scuola Superiore di Angers in Francia e la Stazione di Enologia della Galizia in Spagna.

Questi rapporti si estrinsecavano attraverso l'arrivo di allievi in stage, scambi di conoscenze, piani di ricerca e l'assegnazione di corsi universitari a nostri sensorialisti. La formazione e i metodi di analisi sensoriale venivano quindi messi sul banco di prova con culture differenti e, con notevole sollievo, ne uscivano apprezzati e rispondenti anche alle attese di paesi lontani dalle diverse culture e linguaggi.

Belle le esperienze in Giappone e in Brasile, due nazioni che possono considerarsi agli antipodi per molti aspetti. Per quanto riguarda il Brasile il rapporto con il professor Douglas Wagner Franco ha portato a un vero travaso di esperienze e di know how fino alla completa adozione dei nostri metodi anche per quanto riguarda i concorsi che lì si sono concretizzati nel primo concorso federale sulla cachaça.

Notevole è stata l'attività del Centro Studi Assaggiatori in tema di concorsi, non solo attraverso la gestione delle valutazioni sensoriali di una quindicina di concorsi internazionali in Italia, ma anche per il contributo dato nell'ambito dell'Organizzazione Internazionale della Vigna e del

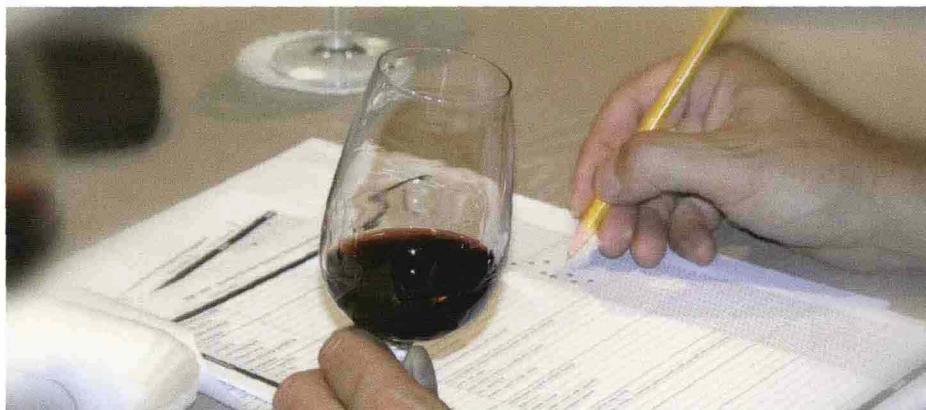
Vino attraverso suoi sensorialisti. L'analisi sensoriale giungeva finalmente a essere in Italia uno strumento noto anche al pubblico: è nel 2005 che Altroconsumo, l'associazione indipendente di consumatori più importante in Italia membro del network internazionale Euroconsumers, si rivolge al Centro Studi Assaggiatori per realizzare una guida vini mai concepita prima, giunta ormai alla sua quinta edizione, cui seguirà la pubblicazione di numerosi altri test su caffè e altri prodotti.

Tra gli ultimi prodotti dell'analisi sensoriale va annoverata l'analisi sensoriale ambientale, per ora applicata soprattutto al microambiente (bar, negozi per parucchieri ecc.) che ha ampie possibilità di sviluppo sia al macroambiente, sia in altre aree destinate all'accoglienza e al servizio della popolazione.

Nel corso del ventennio di attività l'innovazione non è mai stata vista come qualcosa di staccato dal lavoro quotidiano, ma sempre integrata in ogni missione. La messa a punto di format didattici che consentono oggi di preparare giudici qualificati con 16 ore di formazione e di consegnare a enti e aziende sistemi di analisi sensoriale in 40 ore, o la creazione di test innovativi come Stratus Tasting®, Trialtest® e Big Sensory Test® (con il relativo software Big Sensory Soft® per l'elaborazione dei dati), non sono stati casuali, ma sono il frutto di una filosofia volta all'innovazione.



## ANALISI SENSORIALE MADE IN ITALY



## Chi ci ha dato fiducia

Nel corso dei vent'anni della nostra storia abbiamo avuto la fiducia di enti, organismi di tutela di prodotti tipici e di molte imprese del settore agroalimentare e non. Ci piace citarne alcune.

### Caffè

Autogrill, Bialetti Industrie, Caffè Cagliari, Caffè Guglielmo, Caffè Mokarico, CMA, Cogeco, Corsino Corsini, Costa Coffee, Forever, Gruppo Cimbali, Gruppo Costadoro, Istituto Internazionale Assaggiatori Caffè, Istituto Nazionale Espresso Italiano, Jolly Caffè, Milani, N&W Global Vending, Nestlé, Nuova Simonelli, Pellini Caffè, Procaffè, Rancilio, Saeco, Tea & Coffee World Cup, Wega.

### Vino

Caviro, Città del Vino, Consorzio dell'Asti DOCG, Consorzio per la Ricerca Viticola ed Enologica d'Abruzzo, Consorzio per la Tutela del Franciacorta, Consorzio per la Tutela del Vino Marsala, Consorzio Tutela Valcalepio, Consorzio Tutela Vini Doc Friuli Isonzo, Istituto Regionale della Vite e del Vino - Sicilia, Terre da Vino, Vignaioli Piemontesi.

### Spirits

Associazione Degustatori Italiani Grappa e Distillati, Aversa, Bonollo Umberto, Distilleria Bottega, Distilleria Caffo, Distilleria Marzadro, Distilleria Santa Teresa dei F.lli Marolo, Distillerie

Franciacorta, Fratelli Francoli, Istituto Nazionale Grappa, Maschio Beniamino, Premiate Distillerie G. Bertagnolli, Psenner, Roner Distillerie.

### Food

Acetum, Aia, Alce Nero & Mielizia, Arte Casaria, Associazione Industrie Dolciarie Italiane, Barilla, Centro Nazionale Studi Tartufo, Comitato Promotore Bottarga Sardegna IGP, Consorzio degli Allevatori Bufalini dell'Amaseno, Consorzio del Formaggio Parmigiano Reggiano, Consorzio del Prosciutto di Parma, Dolfin, Eridania, Finiper, Mars, Rigoni di Asiago, San Pellegrino.

### Non food

ASM, Azienda Acque Metropolitane Torino, Bormioli Luigi, Ikea, Irca Divisione Rica - Zoppas Industries, Wella, Whirlpool.

### Istituzioni e associazioni

Alma - La scuola internazionale di cucina italiana, Altroconsumo, Assaggiatori Italiano Balsamico, Assobirra, Assoenologi, Azienda Romana Mercati, C.A.S.T. Alimenti, Camera di Commercio di Bergamo, Camera di Commercio di Milano, Confederazione Italiana Agricoltori, Organizzazione Nazionale Assaggiatori Olio di Oliva, Organizzazione Nazionale Assaggiatori Vino, Trentino S.p.A., Università Cattolica del Sacro Cuore, Università degli Studi di Udine, Università degli Studi di Verona, Veneto Agricoltura, Veronafiere.